

**KOMUNIKASI INTERPERSONAL KARYAWAN *PURCHASING*  
DENGAN *FOOD AND BEVERAGE DIVISION*  
HOTEL BASKO PADANG**



**FRISCA SASRI DWITAMA**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN  
JURUSAN PARIWISATA  
FAKULTAS PARIWISATA PERHOTELAN  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
Wisuda Periode Maret 2016**

**KOMUNIKASI INTERPERSONAL KARYAWAN *PURCHASING*  
DENGAN *FOOD AND BEVERAGE DIVISION*  
HOTEL BASKO PADANG**

**Frisca Sasri Dwitama<sup>1</sup>, Yuliana<sup>2</sup>, Hijriyantomi Suyuthie<sup>2</sup>**  
**Program Studi D4 Manajemen Perhotelan**  
**FPP Universitas Negeri Padang**  
**email: [kakaizka@gmail.com](mailto:kakaizka@gmail.com)**

**Abstract**

This research aimed to describe the employee interpersonal communication with employees purchasing food and beverage division which in terms of openness, confidence, verbal and nonverbal communication, empathy, positivity, and conflicts in interpersonal relationships. This type of research is descriptive qualitative data. Techniques of collecting data using interviews, observation, and documentation. From the results of this study concluded that the openness indicator is only a fraction of employees are open in communicating about the interpersonal realize yourself, accept yourself, the desire to respond honestly and desire to convey information. In the case of most of the employees have confidence build confidence and mutual trust. Verbal and nonverbal communication only some employees are to communicate effectively and listen while understanding. Most employees have empathy in terms of feel the problems of others. Most give positive attention and gives a feeling of positive and most participated in solving the problem if there is a conflict.

**Keywords: Interpersonal Communication, Hotel, Purchasing, Food and beverage division**

---

<sup>1</sup>Prodi D4 Manajemen Perhotelan untuk wisuda periode Maret 2016

<sup>2</sup>Dosen Jurusan Pariwisata FPP-UNP

## A. Pendahuluan

Hotel merupakan salah satu jenis akomodasi yang sangat dikenal oleh masyarakat sebagai akomodasi penginapan, makanan serta minuman dan hal-hal yang berkaitan dengan kebutuhan tamu untuk menginap. Menurut Sulastiyono (2011: 5) “Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus”.

Perkembangan dunia perhotelan saat ini sangat cepat dengan banyak berdirinya hotel-hotel berbintang di kota-kota besar di Indonesia terutama di Kota Padang, pertumbuhan hotel cukup pesat. Usaha perhotelan merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa, yang menyediakan pelayanan atau *service* kepada tamu yang menginap. Menurut Yoeti (1995: 23), menyatakan bahwa “Pelayanan atau jasa (*service*) adalah suatu hasil (*product*) dari kegiatan hubungan timbal balik antara *producer* dan *costumer* dengan melalui beberapa kegiatan internal, *producer* dapat memenuhi kebutuhan *costumer* dalam bentuk kepuasan (*satisfaction*)”.

Memberikan pelayanan kepada pelanggan dibutuhkan sumber daya manusia (SDM) yang sesuai dengan bidangnya. Sumber daya manusia inilah yang akan melaksanakan operasional kegiatan pelayanan terhadap konsumen nantinya. Menurut Tulus dalam Suharyanto dan Hadna (2005: 13), “Manajemen sumber daya manusia adalah perencanaan, pengorganisasian,

pengarahan, dan pengawasan atas pengadaan, pengembangan, pemberian kompensasi, pengintegrasian, pemeliharaan dan pemutusan hubungan tenaga kerja dimaksud membantu tujuan organisasi, individu dan masyarakat”. Untuk memberikan pelayanan (*service*) yang bagus kepada tamu harus memiliki sumber daya manusia yang berkompeten dibidangnya.

Komunikasi interpersonal dibutuhkan dalam sistem komunikasi antar komponen pada suatu hotel yang mampu mendukung pengoperasian hotel tersebut. Arus informasi yang lancar akan meningkatkan kinerja organisasi sehingga hotel mampu mencapai target bisnisnya. Komunikasi interpersonal merupakan kewajiban bagi karyawan untuk menjalin komunikasi dengan sesamanya. Oleh karena itu penting bagi karyawan untuk terampil dalam berkomunikasi.

Salah satu hotel di Sumatera Barat yang berkembang yaitu Hotel Basko yang berlokasi di pusat Kota Padang tepatnya di jalan Prof. Dr. Hamka No. 2A Padang. Pasca gempa 30 September 2009, Best Western Premier Hotel Basko mengalami dampak yang cukup serius hal ini mengakibatkan adanya renovasi di beberapa bagian yang rusak akibat gempa tersebut. Setelah melakukan renovasi, Best Western Premier Hotel Basko berganti nama menjadi Premier Hotel Basko. Hotel Basko memiliki 115 karyawan sehingga perlunya komunikasi yang baik antar karyawan tersebut terutama komunikasi interpersonal.

Berdasarkan Pengalaman Lapangan Industri (PLI) penulis pada tanggal 11 Agustus – 11 Desember 2014, penulis menemukan masalah yang

bersangkutan dengan komunikasi interpersonal karyawan di Hotel Basko. Hasil wawancara dengan pihak *purchasing*, diantaranya adanya kesalahpahaman komunikasi verbal antara karyawan *Purchasing* dengan karyawan *admin purchasing* lainnya dalam menyampaikan informasi pembelian barang. Selanjutnya, Adanya kesalahpahaman komunikasi verbal antara karyawan *Purchasing* dengan karyawan *admin purchasing* lainnya dalam menyampaikan informasi pembelian barang.

Selain itu, adanya konflik dalam hubungan interpersonal antara pihak *purchasing* dengan pihak *lounge* dalam hal proses pembelian *vodka* yang mana pihak *lounge* telah melakukan pemesanan namun tidak dibeli oleh pihak *purchasing*. Kemudian, sering kosongnya barang yang ada di *store* pada saat *food and beverage division* mengorder barang, padahal sudah sering dikomunikasikan oleh pihak *food and beverage division*.

Tujuan khusus dari penelitian yang dilakukan ini adalah untuk mengetahui komunikasi interpersonal karyawan *purchasing* dengan *food and beverage division* Hotel Basko Padang yang ditinjau dari keterbukaan, kepercayaan, komunikasi verbal dan nonverbal, empati, kepositifan, dan konflik dalam hubungan interpersonal

## **B. Metodologi Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan data kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara serta dokumentasi. Informan dari penelitian ini adalah karyawan

*purchasing* Hotel Basko Padang yang terdiri dari 2 orang dan karyawan *food and beverage division* Hotel Basko Padang yang terdiri dari 7 orang.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model interaktif dari Miles dan Huberman yang diterjemahkan oleh Tjetjep (1992: 16) mengatakan bahwa “Teknik analisis data kualitas yang meliputi tiga alur kegiatan yakni, reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan”.

### **1. Reduksi Data**

Menurut Sugiyono (2009: 247) “Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya”. Selanjutnya peneliti mengelompokkan data berdasarkan hal-hal yang berkaitan dengan komunikasi interpersonal karyawan. Setelah data reduksi barulah data tersebut dianalisa dan dideskripsikan dalam uraian singkat yang mudah dimengerti dan dipahami

### **2. Penyajian Data**

Setelah penelitian melakukan reduksi data, maka dilakukan penyajian data. Menurut Sugiyono (2009: 249) “Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya”. Dengan menyajikan data maka akan memudahkan penelitian dalam pembahasan, untuk memahami apa yang sedang diteliti, serta dapat merencanakan kegiatan selanjutnya. Penyajian data komunikasi interpersonal *purchasing* dengan *food and beverage division* Hotel Basko Padang dapat

meliputi teks narasi, gambar dokumentasi, grafik, tabel, bagan, dan dalam penelitian ini penulis menuangkan data yang direduksi.

### **3. Pengambilan Kesimpulan**

Menurut Sugiyono (2009: 252) “Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga diteliti menjadi jelas”. Dalam penelitian ini terlebih dahulu mengambil kesimpulan awal yang bersifat sementara tentang komunikasi interpersonal *purchasing* dengan *food and beverage division* Hotel Basko Padang. Setelah ditemukan bukti-bukti yang mendukung dan konsisten di lapangan dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan, maka barulah dibuat kesimpulan yang sebenarnya, sehingga hasil penelitian ini jelas maksud dan tujuannya, maka barulah menerapkan suatu kesimpulan.

## **C. Hasil penelitian Dan Pembahasan**

### **1. Hasil Penelitian**

#### **a. Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi Interpersonal adalah proses pertukaran informasi di antara seseorang dengan paling kurang seoranglainnya atau biasanya di antara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya. Indikator dari komunikasi interpersonal adalah keterbukaan, kepercayaan,

komunikasi verbal dan nonverbal, konflik hubungan interpersonal, empati, dan kepositifan.

#### 1) Keterbukaan

Keterbukaan dalam komunikasi interpersonal karyawan *purchasing* dengan *food and beverage division* hanya sebagian kecil yang terbuka mengkomunikasikan dalam hal menyadari diri sendiri, menerima diri sendiri, keinginan untuk menanggapi secara jujur dan keinginan dalam menyampaikan informasi. Mereka menyatakan terdapat kekurangan dalam menerima informasi yang disampaikan oleh karyawan *purchasing* kepada karyawan *food and beverage division* maupun sebaliknya.

#### 2) Kepercayaan

Kepercayaan dalam komunikasi interpersonal karyawan *purchasing* dengan *food and beverage division* di Hotel Basko Padang hanya sebagian besar yang percaya mengkomunikasikan dalam hal membangun kepercayaan dan mempercayai. Informasi yang telah diberikan dapat di percaya jika diselidiki sumbernya terlebih dahulu dan tidak langsung dipercaya.

#### 3) Komunikasi Verbal dan Nonverbal

Komunikasi verbal dan nonverbal dalam komunikasi interpersonal karyawan *purchasing* dengan *food and beverage division* di Hotel Basko Padang hanya sebagian saja yang mengungkapkan komunikasi verbal dan nonverbal secara jelas mengkomunikasikan



dalam hal komunikasi yang efektif dan mendengarkan sambil memahami. Hal ini terlihat ketika menunggu informasi yang datang, belum terlihat *feedback* komunikasinya.

#### 4) Empati

Empati dalam komunikasi interpersonal karyawan *purchasing* dengan *food and beverage division* di Hotel Basko Padang sebagian besar berempati mengkomunikasikan dalam hal merasakan permasalahan orang lain. Hal ini bisa dilihat pada masing-masing departemen jika terjadi suatu permasalahan ikut serta menyelesaikan masalah tersebut.

#### 5) Kepositifan

Kepositifan dalam komunikasi interpersonal karyawan *purchasing* dengan *food and beverage division* di Hotel Basko Padang sebagian besar menyatakan kepositifan mengkomunikasikan dalam hal memberikan perhatian positif dan memberikan perasaan positif. Hal ini bisa dilihat pada hasil kerja yang maksimal serta bersikap positif dalam bekerja. Jika terjadi suatu permasalahan, cara menyelesaikan masalah dengan kepala dingin dan bermusyawarah.

#### 6) Konflik dalam hubungan interpersonal

Konflik dalam hubungan interpersonal dalam komunikasi interpersonal karyawan *purchasing* dengan *food and beverage division* di Hotel Basko Padang sebagian besar mengungkapkan ikut serta dalam menyelesaikan masalah apabila terjadi suatu konflik dalam hubungan

interpersonal jika ada hubungannya dengan departemen sendiri yang mengkomunikasikan dalam konflik hubungan interpersonal dalam hal konflik dan nilai positif. Hal ini bisa dilihat dari cara penyelesaian konflik yang terjadi yaitu dengan cara mencari penyebab permasalahan itu bisa terjadi. Jika sudah diketahui penyebab konflik tersebut, maka mencari solusi dari konflik yang terjadi tersebut.

## 2. Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 2 orang *purchasing staff* (A1-A2) dan tujuh orang *food and beverage division staff* (B1-B7) mengenai komunikasi interpersonal karyawan *purchasing* dengan *food and beverage division* di Hotel Basko Padang. Berdasarkan temuan hasil penelitian, dapat dijelaskan sebagai berikut :

### a. Keterbukaan

Komunikasi interpersonal karyawan *purchasing* dengan *food and beverage division* kurang terbuka dalam berkomunikasi. Menurut kesimpulan peneliti, keterbukaan dalam komunikasi interpersonal adalah suatu sikap dan perasaan untuk selalu bertoleransi serta mengungkapkan kemauan membuka diri dengan senang hati setiap informasi yang diterima dengan sejujurnya sebagai landasan untuk berkomunikasi.

Dalam menerima diri sendiri berkomunikasi antara *purchasing* dengan *food and beverage division*. Karena pada prinsipnya harus memiliki rasa percaya diri dalam bekerja. Serta percaya diri harus dimiliki oleh seorang atasan atau *head division* untuk kepentingan

bersama dan untuk mencapai tujuan bekerja yang maksimal serta pada saat berkomunikasi jangan sampai informasi yang disampaikan tidak diterima dengan baik dan semestinya.

Keinginan untuk menanggapi secara jujur informasi yang datang adalah dengan cara menelaah atau memeriksa kembali informasi yang datang. Dengan memeriksa kembali kebenaran dari informasi yang datang. Jadi, setiap informasi yang datang tidak langsung diterima. Kemudian, jika informasi tersebut berhubungan dengan barang yang akan diorder, maka dilakukan pengecekan pada saat barang di terima dari supplier, barang tersebut diperiksa secara kuantitas bersama petugas receiving.

Keinginan dalam menyampaikan informasi antara *purchasing* dengan *food and beverage division* dibutuhkan penyampaian informasi terbaru seperti informasi yang update kepada *food and beverage division* baik mengenai informasi barang maupun informasi penting lainnya. Sebagai *Head of Division* (HOD), berkewajiban meluruskan dan membantu menyampaikan informasi yang perlu diketahui karyawan.

Menurut Thoha (2000:167-169) “Keterbukaan Menunjukkan kualitas keterbukaan dari komunikasi antarpribadi/interpersoanal ini paling sedikit ada dua aspek, yakni aspek keinginan untuk terbuka bagi setiap orang yang berinteraksi dengan orang lain. Aspek lainnya ialah keinginan untuk menanggapi secara jujur semua stimulasi yang datang kepadanya”. Menurut Read dalam Supratiknya (1995: 34), menemukan

bahwa “Ketepatan komunikasi bawahan tentang kesulitan dengan atasan mereka berbanding terbalik dengan keinginan mereka untuk naik pangkat”

Dari hasil penelitian ini jelas terlihat bahwa keterbukaan dalam berkomunikasi karyawan *purchasing* dengan *food and beverage division* di Hotel Basko Padang sebagian kecil belum mengungkapkan keterbukaannya. Hal ini dapat dilihat dari adanya karyawan belum percaya diri dalam berkomunikasi serta pada saat berkomunikasi jangan sampai ada keraguan yang terjadi. Terdapat juga kekurangan dalam menyampaikan suatu informasi, seperti terjadinya miskomunikasi atau kesalahpahaman dalam berkomunikasi.

#### b. Kepercayaan

Komunikasi interpersonal karyawan *purchasing* dengan *food and beverage division* telah membangun kepercayaan dan saling mempercayai pada saat berkomunikasi. Menurut kesimpulan peneliti, kepercayaan dalam komunikasi interpersonal adalah rela menghadapi resiko serta menerima akibat-akibat yang menguntungkan atau merugikan dengan menjadikan dirinya rentan di hadapan orang lain serta rela menanggapi orang lain yang dengan mengambil resiko untuk menunjukkan jaminan.

Dalam mempercayai dan dipercaya dapat disimpulkan bahwa informasi yang telah diberikan dapat di percaya jika diselidiki sumbernya terlebih dahulu dan tidak langsung dipercaya. Jadi karyawan harus

berkoordinasi dahulu dengan atasan. Kemudian informasi yang datang tersebut baru dapat dipercaya. Apabila sumber dari informasi yang datang jelas dan tidak berbelit-belit dalam memberikan informasi.

Menurut Supraktinya (1995: 26), “Untuk membangun sebuah relasi, dua orang harus saling mempercayai”. Saling percaya dibangun lewat resiko dan peneguhan. Sedangkan menurut Supratiknya (1995: 28), “Mempercayai artinya rela menghadapi resiko menerima akibat-akibat menguntungkan atau merugikan dengan menjadikan dirinya rentan di hadapan orang lain”. Selanjutnya menurut Supratiknya (1995: 28), “Dapat dipercaya berarti rela menanggapi orang lain yang ambil resiko dengan cara menunjukkan jaminan. Untuk membangun sebuah relasi, 2 orang harus saling mempercayai”

Dalam penelitian ini bisa dilihat bahwa kepercayaan dalam berkomunikasi karyawan *purchasing* dengan *food and beverage division* di Hotel Basko Padang hanya sebagian yang mengungkapkan kepercayaannya dalam berkomunikasi. Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara dengan beberapa karyawan *purchasing* dan *food and beverage division*. Jika dalam bekerja dapat memperlihatkan kinerja yang baik maka otomatis kepercayaan akan terbangun dengan sendirinya. Serta cara lain untuk membangun kepercayaan adalah dengan membawa *user* langsung ketika membeli barang yang di minta oleh *user* sendiri.

#### c. Komunikasi Verbal dan Nonverbal

Komunikasi interpersonal karyawan *purchasing* dengan *food and beverage division* berkomunikasi secara efektif serta mendengarkan sambil memahami. Menurut kesimpulan peneliti, komunikasi verbal dan nonverbal dalam komunikasi interpersonal adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis atau lisan serta melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis.

Komunikasi interpersonal yang efektif dapat disimpulkan bahwa komunikasi antara *purchasing* dengan *food and beverage division* belum berjalan dengan efektif. Hal ini terlihat ketika menunggu informasi yang datang, belum terlihat balasannya (*feedback*) ketika menunggu informasi kedatangan barang yang akan dipakai *user*. Serta, banyaknya terjadi kesalahpahaman pada saat berkomunikasi, ketika akan mengorder barang oleh *user*. Barang yang diminta tidak sesuai dengan barang yang disorder.

Mendengarkan sambil memahami suatu informasi yang diberikan, ditanyakan kembali antara *purchasing* dengan *food and beverage division* maupun sebaliknya. Seperti kedatangan barang, jika barang belum datang maka akan menanyakan kembali perihal barang yang belum datang tersebut. Selalu menyelidiki setiap informasi yang datang. Dan tidak asal menerima informasi yang datang tersebut.

Menurut Supratiknya (1995: 34), “Komunikasi disebut efektif apabila penerima menginterpretasikan pesan yang diterimanya

sebagaimana dimaksudkan oleh si pengirim dapat dipahami”. Pesan yang disampaikan harus jelas dan dapat dipahami dalam berkomunikasi interpersonal. Selanjutnya Menurut John Powell dalam Muhammad (2007: 56), “Membedakan komunikasi dalam 5 taraf yaitu basa-basi, membicarakan orang lain, menyatakan gagasan dan pendapat, perasaan, dan hubungan puncak”. Jika dua orang bertemu maka akan terjalin komunikasi, namun komunikasi tersebut berlangsung pada taraf kedalaman yang berbeda-beda.

Dalam penelitian ini bisa dilihat bahwa komunikasi verbal dan nonverbal dalam berkomunikasi karyawan *purchasing* dengan *food and beverage division* di Hotel Basko Padang sebagian besar sudah mengungkapkan komunikasi verbal dan nonverbal. Hal ini bisa dilihat dengan menanyakan kembali setiap informasi yang telah diberikan dengan bukti informasi yang telah diberikan *food and beverage division* atau *user* terkait, apakah informasinya benar dan ada bukti autentiknya. Tetapi, komunikasi interpersonal pada saat sekarang ini belum efektif antara *purchasing* dengan *food and beverage division*. Hal ini terlihat ketika menunggu informasi yang datang, belum terlihat *feedbacknya* ketika menunggu informasi kedatangan barang yang akan dipakai *user*.

#### d. Empati

Komunikasi interpersonal karyawan *purchasing* dengan *food and beverage division* telah berempati dalam hal merasakan permasalahan orang lain. Menurut kesimpulan peneliti, empati dalam komunikasi

interpersonal adalah merasakan permasalahan orang lain, dapat mencoba merasakan permasalahan karyawan dalam satu departemen maupun dengan karyawan departemen lain.

Merasakan permasalahan orang lain dapat disimpulkan bahwa jika terjadi suatu permasalahan antara *purchasing* dengan *food and beverage division* yang berhubungan dengan departemen masing-masing ikut serta menyelesaikan masalahnya. Menyelesaikan masalah tersebut dengan kepala dingin dan bermusyawarah. Cara penyelesaian masalah yaitu melibatkan atasan masing-masing departemen serta mencari solusi dari permasalahan tersebut.

Menurut Devito (2009: 165) “Empati merupakan kemampuan memproyeksikan diri kepada peranan orang lain maupun mencoba merasakan dalam cara yang sama dengan perasaan orang lain”. Dengan kerangka empati ini maka seseorang akan memahami posisinya dengan begitu tidak akan memberikan penilaian pada perilaku atau sikap orang lain sebagai perilaku atau sikap yang salah atau benar. Menurut Umar (2010: 42), empati adalah “Mencoba merasakan perasaan yang sama orang lain atau atas lawan bicara”.

Dalam penelitian ini bisa dilihat bahwa empati dalam berkomunikasi karyawan *purchasing* dengan *food and beverage division* di Hotel Basko Padang sebagian besar berempati. Hal ini bisa dilihat pada masing-masing departemen jika terjadi suatu permasalahan ikut serta menyelesaikan masalah tersebut. Menyelesaikan masalah tersebut



dengan kepala dingin dan bermusyawarah. Cara penyelesaian masalah yaitu melibatkan atasan masing-masing departemen serta mencari solusi dari permasalahan tersebut.

e. Kepositifan

Komunikasi interpersonal karyawan *purchasing* dengan *food and beverage division* memberikan perhatian positif dan memberikan perasaan positif. Menurut kesimpulan peneliti, kepositifan dalam komunikasi interpersonal adalah memberikan perhatian positif dalam berkomunikasi, mengenai respon menanggapi informasi yang diterima maupun yang diberikan sesama karyawan untuk kelancaran berkomunikasi dalam bekerja serta kepositifan/perilaku positif kepada sesama karyawan, saling harga-menghargai serta hormat-menghormati sesama karyawan dan memberikan perasaan yang positif yang tidak menunjukkan sikap yang negatif setiap pekerjaan yang dilakukannya sesama karyawan lainnya

Memberikan perhatian positif dapat disimpulkan bahwa dalam berkomunikasi antara *purchasing* dengan *food and beverage division* bersikap positif. Untuk mencapai hasil kerja yang maksimal, harus bersikap positif dalam bekerja. Jika bersikap negatif pada saat bekerja akan berefek merusak pribadi karyawan itu sendiri. Serta menyelesaikan masalah dengan kepala dingin dan bermusyawarah

Memberikan perasaan yang positif dapat disimpulkan bahwa dalam berkomunikasi antara *purchasing* dengan *food and beverage*

*division* bersikap positif. Untuk mencapai hasil kerja yang maksimal, harus bersikap positif dalam bekerja. Jika bersikap negatif pada saat bekerja akan berefek merusak pribadi karyawan itu sendiri. Serta menyelesaikan masalah dengan kepala dingin, bermusyawarah, dan menyampaikan informasi secara benar.

Menurut Umar (2010: 43), "mencoba untuk memiliki perasaan perhatian positif pada orang lain pada saat berkomunikasi. Dengan demikian jika lawan bicara mencoba berbicara negatif pada seseorang usahakan untuk tidak mendukungnya". Menurut Devito (2009: 168), "Dukungan dalam komunikasi interpersonal kualitas yang paling sedikitnya terdapat tiga aspek perbedaan atau unsur, yaitu komunikasi interpersonal akan berhasil jika terdapat perhatian yang positif terhadap diri seseorang, komunikasi interpersonal akan terpelihara baik jika suatu perasaan positif terhadap orang lain itu dikomunikasikan, suatu perasaan positif dalam situasi umum amat bermanfaat untuk mengaktifkan kerjasama"

Dalam penelitian ini bisa dilihat bahwa kepositifan dalam berkomunikasi karyawan *purchasing* dengan *food and beverage division* di Hotel Basko Padang sebagian besar berperilaku positif. Hal ini bisa dilihat pada hasil kerja yang maksimal serta bersikap positif dalam bekerja. Jika bersikap negatif pada saat bekerja akan berefek merusak pribadi karyawan itu sendiri. Serta menyelesaikan masalah dengan kepala dingin dan bermusyawarah.

f. Konflik dalam Hubungan Interpersonal

Komunikasi interpersonal karyawan *purchasing* dengan *food and beverage division* ikut serta dalam menyelesaikan masalah apabila terjadi suatu konflik. Menurut kesimpulan peneliti, konflik dalam hubungan interpersonal dalam komunikasi interpersonal adalah situasi dimana tindakan salah satu pihak berakibat menghalangi, menghambat atau mengganggu tindakan pihak lain.

Konflik dan nilai positif dapat disimpulkan bahwa cara menanggapinya jika terjadi konflik dalam berkomunikasi antara *purchasing* dengan *food and beverage division* adalah dengan cara mencari penyebab suatu permasalahan itu terjadi. Jika sudah diketahui penyebab konflik tersebut, maka akan mencari solusi dari konflik yang terjadi.

Menurut Jhonson dalam Harapan dan Ahmad (1981: 61), “Konflik adalah situasi dimana tindakan salah satu pihak berakibat menghalangi, menghambat atau mengganggu tindakan pihak lain”. Kendati unsur konflik selalu terdapat dalam setiap bentuk hubungan interpersonal, pada umumnya masyarakat memandang konflik sebagai keadaan yang buruk dan harus dihindarkan. Sedangkan menurut Supratiknya (1995: 94), konflik dan nilai positif adalah “Setiap hubungan interpersonal mengandung unsur-unsur konflik, pertentangan pendapat, atau perbedaan kepentingan”. Konflik dapat menjadikan kita sadar bahwa

ada persoalan yang perlu dipecahkan dalam hubungan kita dengan orang lain

Dalam penelitian ini bisa dilihat bahwa konflik dalam hubungan interpersonal dalam berkomunikasi karyawan *purchasing* dengan *food and beverage division* di Hotel Basko Padang sebagian besar menyatakan ikut dalam menyelesaikan masalah apabila terjadi suatu konflik dalam hubungan interpersonal. Hal ini bisa dilihat dari cara penyelesaian konflik yang terjadi yaitu dengan cara mencari penyebab permasalahan itu bisa terjadi. Jika sudah diketahui penyebab konflik tersebut, maka mencari solusi dari konflik yang terjadi tersebut.

#### **D. Kesimpulan dan Saran**

##### **1. kesimpulan**

Hasil penelitian tentang komunikasi interpersonal karyawan *purchasing* dengan *food and beverage division* di Basko Hotel Padang dijabarkan menurut masing-masing indikator. Pada indikator keterbukaan, hanya sebagian kecil yang terbuka mengkomunikasikan dalam hal menyadari diri sendiri, menerima diri sendiri, keinginan untuk menanggapi secara jujur dan keinginan dalam menyampaikan informasi. Pada indikator kepercayaan, sebagian besar telah membangun kepercayaan dan saling mempercayai. Pada indikator komunikasi verbal dan nonverbal, hanya sebagian saja berkomunikasi efektif dan mendengarkan sambil memahami. Pada indikator empati, sebagian besar berempati mengkomunikasikan dalam hal merasakan permasalahan

orang lain. Pada indikator kepositifan, sebagian besar memberikan perhatian positif dan memberikan perasaan positif. Pada indikator konflik, sebagian besar ikut serta dalam menyelesaikan masalah apabila terjadi suatu konflik.

## 2. Saran

Bagi manajemen Hotel Basko Padang untuk dapat memperhatikan lagi mengenai komunikasi interpersonal karyawan, khususnya karyawan *purchasing* dengan *food and beverage division* yang meliputi keterbukaan, kepercayaan, komunikasi verbal dan nonverbal, empati, kepositifan, dan konflik dalam hubungan interpersonal. Dengan memperhatikan komunikasi interpersonal karyawan tersebut maka manajemen ikut untuk memberikan kesempatan dan mengembangkan potensi-potensi yang ada di dalam diri karyawan. Saran lain untuk manajemen Hotel Basko Padang supaya melaksanakan *family gathering* setiap tahunnya untuk memupuk kekompakan dalam bekerja dan dalam berkomunikasi..

### Daftar Pustaka

- A.Yoeti, Oka. 1995. *Pengantar Ilmu Kepariwisataaan*. (Edisi 1). Yogyakarta : ERLANGGA
- Devito, Joseph A. 2009. *Komunikasi Antarpribadi*. Tangerang Selatan: KharismaPublishing Book
- Husein, Umar. 2010. *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*. Jakarta:PT RajaGrafindo Persada
- Miles, BB., dan A.M. Huberman. 1992. *Analisa Data Kualitatif*, Jakarta: UI Press
- Muhammad, Arni. 2007. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara,
- Sugiyono. 2009. *Metode Peneltian Kuantitatif,Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suharyanto, H dan Agus H, Hadna. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: Media Wacana
- Sulastiyono, Agus. 2011. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta
- Supratiknya, A. 1995.*Komunikasi Antar Pribadi Tinjauan Psikologis*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Thoha, Miftha. 2000. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada